

LOOK!

Le magazine des collaborateurs du Bell Food Group

01 2023



**Les postes vacants
sont pourvus**



Sommaire

Nouvelles de l'entreprise

- 4 1 année, 5 voix**
Rétrospective annuelle des directeurs de secteurs d'activité
- 8 « TopX est un mode de vie »**
Déjà plus de 30 sites engagés
- 11 Passer à l'action avant de subir un préjudice**
Bureau d'alerte (Whistleblowing)

Article de couverture

- 14 Les postes vacants sont pourvus**
Comment Bell Food Group se préserve de la pénurie de main-d'œuvre

Durabilité et innovation

- 20 Booster numérique**
De nouveaux outils pour communiquer et travailler ensemble
 - 24 Bien formé-e en matière de durabilité**
Bell Food Group déploie une formation en ligne sur les principes de la durabilité
- Personnel
- 26 Nous félicitons nos collègues de longue date et rendons hommage à ceux qui nous ont quittés**
Anniversaires de service et départs en retraite d'avril à juin 2023

Notre monde de saveurs

- 29 Du classique, du nouveau et du végétal**
Coup de foudre sur les nouveautés
 - 32 Parlons de l'ail, ce superaliment**
Ail
- Feedback et tirage au sort
- 36 Qu'est-ce qui vous a le plus intéressé?**
Envoyez-nous vos commentaires et gagnez un bon d'achat!



Vous pouvez aussi vous abonner à LOOK! en ligne et le lire ou le télécharger sous look.bellfoodgroup.com

Adresse bibliographique Journal à l'intention des collaboratrices et collaborateurs de Bell Food Group, 4 éditions par an. No 1/2023, avril 2023, 29^e année.
Éditeur: Bell Food Group SA, Elsässerstrasse 174, 4056 Bâle, Suisse. Adresse: Bell Suisse SA, Rédaction LOOK!, Case postale 2356, 4002 Bâle, Suisse. Tél. +41 58 326 2447, look@bellfoodgroup.com, www.bellfoodgroup.com.
Rédaction: Sara Heiniger (sh), direction. Soutien rédactionnel: Michaela Rosenbaum (mr), Adrian Portmann (ap).
Photos: photo de couverture et article de titre, Philipp Jeker Photography, Zurich (CH). Conception: oblògrafik, Olten, Suisse.
Traitement des images: Proacteam AG, Allschwil, Suisse. Impression: SWS Medien AG PriMedia, Sursee, Suisse. Imprimé sur papier FSC.
Changements d'adresse: veuillez vous adresser au service RH ou au service du personnel responsable.

Couverture: de gauche à droite: Sarah Akbarzada, Tobias Scheiwiller, Angela Knapp, Jérôme Küchler, Bashkim Bajrami.
Photo page 14: de gauche à droite: Angela Knapp, Tobias Scheiwiller, Luca Graf, Julian Keller, Marc Greising, Sarah Akbarzada;
Photo page 18: de gauche à droite: Julian Keller, Luca Graf, Tobias Scheiwiller; tous travaillent chez Hügli à Steinach.

L'entreprise la plus formidable qui soit

Chères collaboratrices, chers collaborateurs,

Nous avons à nouveau une année exceptionnelle derrière nous, avec de nombreux défis relevés. Pour commencer, nous avons espéré un retour à la normale après la crise du Covid 19. Mais la terrible guerre en Ukraine a éclaté et a eu à son tour un impact sur nos vies à tous et sur notre activité. Certains produits alimentaires comme l'huile sont devenus soudainement indisponibles ou vendus à des prix exorbitants. Les coûts du transport de marchandises, des matériaux d'emballage ou du fourrage se sont envolés. Nous n'avions jamais connu une telle situation auparavant, et cela a mis à rude épreuve l'ensemble de Bell Food Group.

Cependant, nous avons une nouvelle fois montré que nous pouvons résister aux crises. La stabilité de notre organisation, notre excellente cohésion et votre engagement sans faille, chers collaborateurs et collaboratrices, ont une nouvelle fois porté leurs fruits. Notre groupe a toujours été en mesure de livrer nos client-e-s malgré tous les obstacles. J'en suis incroyablement fier ! Cela a été un énorme effort auquel vous avez tous contribué. Je tiens à vous remercier tous chaleureusement.

Ensemble, nous avons réussi à obtenir un résultat global très satisfaisant en cette période difficile, marquée par des problèmes de livraison et une augmentation des coûts. C'est ce que montrent les rétrospectives de l'exercice 2022 présentées par les directeurs des secteurs d'activité aux pages 4 à 7. Mais ce n'est pas seulement sur le plan économique que nous avons obtenu de bons résultats. Un sondage a également montré que notre clientèle est très satisfaite de nous. J'en suis très heureux.

« Un résultat très satisfaisant en cette période difficile. »

La pénurie de main-d'œuvre est un thème majeur auquel nous sommes confrontés actuellement et auquel nous serons confrontés à l'avenir à l'échelle du groupe. Vous trouverez dans l'article à la une de ce numéro quelques idées de ce que nous faisons pour attirer de nouvelles personnes chez Bell Food Group et fidéliser celles qui y travaillent déjà. À mon avis, l'un des aspects les plus importants est de former la relève, et le meilleur moyen est de nous en charger nous-mêmes. Pour cela, nous empruntons de nouvelles voies, par exemple avec la gamme d'apprentissages, notre boucherie de village qui sert d'entreprise de formation ou la gestion des talents. Notre souhait est de continuer à augmenter notre attractivité en tant qu'employeur. C'est ce qui fait, en fin de compte, la différence.

Une nouvelle année s'ouvre à nous, qui nous mettra certainement à l'épreuve dans de nombreux domaines et au cours de laquelle nous devons encore nous serrer les coudes pour exploiter tout notre potentiel. Mais pour moi, nous sommes déjà l'entreprise de cette taille la plus formidable qui soit.

Lorenz Wyss
Président de la direction générale du groupe



Rétrospective annuelle des directeurs de secteurs d'activité

1 année 5 voix



Bell Suisse

Lorsque nous analysons l'exercice 2022 de Bell Suisse, nous ne devons pas oublier les résultats exceptionnels de l'année précédente marquée par la pandémie : le commerce de détail a connu une forte croissance en raison de l'absence de tourisme d'achat, tandis que le Food Service a reculé. En 2022, nous sommes revenus à la situation d'avant la pandémie de coronavirus. Le commerce de détail s'est à nouveau normalisé et le Food Service a même fortement augmenté. Un bon résultat, dont nous pouvons être très satisfaits.

Malgré les défis auxquels nous avons dû faire face, nous avons une nouvelle fois démontré notre force en tant que groupe et notre créativité. Une fuite chez notre fournisseur de gaz nous a par exemple privés temporairement d'azote pour la production de burgers pour l'un de nos gros clients. Nous avons pu heureuse-

ment importer les produits nécessaires d'Allemagne et d'Italie pour garantir la livraison au client. Un autre thème nous a interpellés : la surpopulation porcine en Suisse. Nous avons été parmi ceux qui ont contribué à résoudre le problème en congelant de la viande de porc pour la vendre en été et, pour la première fois dans l'histoire de Bell Suisse, nous avons livré de la viande de porc à Bell Pologne.

De cette façon, à la manière d'un partenaire sur lequel on peut compter, nous avons pu aider l'agriculture suisse à écouler les excédents. Les prochains grands thèmes pointent déjà à l'horizon. Parmi ceux-ci, les investissements dans le cadre d'Opera. Nous savons que, pour toutes les personnes concernées, le défi sera de gérer les affaires courantes, d'organiser l'achèvement des nouveaux bâtiments et le déménagement vers ceux-ci. Dans ce contexte, en tant que cadres, nous devons être à l'écoute et toujours présents pour résoudre ensemble les problèmes qui pourraient se présenter. C'est, en effet, le travail d'équipe qui fait notre force. Nous pourrons ainsi mener à bien les projets prévus cette année.

Lorenz Wyss, directeur du secteur d'activité Bell Suisse

« Les prochains grands thèmes pointent déjà à l'horizon. »



Bell International

L'année dernière, Bell International a enregistré le meilleur résultat de son histoire, toutes les unités dépassent nettement le budget. Nous remercions pour cela nos collaboratrices et collaborateurs : vous pouvez être fier-e-s de vous ! La raison de notre succès était que nous nous sommes concentrés sans dévier sur nos points forts dans les différentes divisions, que nous avons développé des relations clients et des activités d'exportation, et que nous nous sommes rapidement adaptés aux conditions du marché.

L'année 2023 ne sera pas identique en tous points de vue. Pourquoi ? L'augmentation des coûts à partir de janvier est un fait, en raison de la réticence d'achat de la part de nos clients, nous perdons des volumes de vente par rapport à 2022. De plus, nos clients exigent désormais des prix de vente plus bas afin d'attirer à nouveau davantage

« Le meilleur résultat de son histoire. »

de clients dans leurs magasins. Nous devons donc maîtriser nos coûts et, comme l'année dernière, réagir aux changements avec agilité en fonction de la situation. Ce sont les collaborateurs et collaboratrices qui font la différence. Grâce au formidable esprit d'équipe de Bell International, nous viendrons aussi à bout de ces défis. Encore une fois, merci à vous tous !

**BELL
FOOD
GROUP**



LEADING IN FOOD

Eisberg

Le groupe Eisberg a connu une année riche en événements. Chez nous, les coûts élevés de l'énergie et des matières premières ont eu un impact négatif. Les changements climatiques influencent de plus en plus notre activité et nous obligent à emprunter de nouvelles voies. De nouvelles zones de culture et de nouvelles technologies sont en cours d'évaluation pour que nous puissions obtenir la matière première de qualité correspondante sur une base large. La nouvelle entreprise d'Eisberg Autriche a souffert d'une réticence d'achat de la part des clients, ce qui ne nous a pas permis d'atteindre complètement les objectifs de vente élevés. Mais, grâce à votre engagement et à la large répartition sur les divers pays, nous avons aussi enregistré quelques succès qui ont compensé certains effets négatifs. Nous avons par exemple atteint les objectifs budgétaires en Hongrie, en Roumanie et en Pologne malgré une inflation élevée.

Ce sont les collaborateurs et collaboratrices qui font la différence – chez Eisberg, j'ai eu l'occasion de faire connaissance avec de nombreux employé-e-s engagé-e-s et je me réjouis de faire le chemin avec eux en 2023. Merci pour votre formidable engagement !

**Marco Tschanz,
directeur des secteurs d'activité
Bell International et Eisberg**

« Objectifs budgétaires atteints malgré une inflation élevée. »



LEADING IN FOOD



Hilcona

Avec beaucoup d'innovations et encore plus de fraîcheur, nous avons pu piloter le groupe Hilcona à vue en 2022, bien que l'année ait été marquée au début par le coronavirus, puis par l'explosion des prix des matières premières et ensuite par la forte hausse des prix de l'énergie. Nos équipes ont dû faire face à d'énormes

« Hilcona est paré pour l'avenir, paré pour 2023 ! »

challenges. Nous avons placé le maintien de la disponibilité des marchandises en tête de nos priorités et, à quelques exceptions près, nous avons pu garantir la disponibilité des livraisons grâce à l'engagement sans faille de nos collaboratrices et collaborateurs.

La devise de l'année dernière était toujours et encore le plaisir de manger sain et frais tous les jours. Après l'accalmie de la pandémie de coronavirus, la consommation To go a continué d'augmenter et le chiffre d'affaires de la

restauration a rapidement dépassé le niveau d'avant pandémie. Et avec l'ouverture de notre usine de produits frais dans la région de Zurich, nous avons pu continuer à développer la proportion de produits frais du jour. Le site de Bad Wünnenberg a pu réaliser d'autres projets relatifs à l'efficacité. Notre start-up interne The Green Mountain a réussi son entrée sur les marchés autrichien, français et allemand. En Suisse, nous sommes devenus le fournisseur numéro un des produits à base végétale pour la restauration. Ensemble, nous avons franchi pour la première fois la barre des 500 millions. Un grand merci pour votre contribution.

Notre passion pour une alimentation bonne et saine nous motive cette année encore. De nombreux projets sont dans les tuyaux. Hilcona est paré pour l'avenir, paré pour 2023!

Martin Henck, directeur du secteur d'activité Hilcona



Hügli

Le groupe Hügli réalise près de la moitié de son chiffre d'affaires sur le marché de la restauration hors domicile. Pendant les deux années de coronavirus 2020/2021, nos clients de la restauration et nous-mêmes avons parfois perdu plus de 50 pour cent de notre chiffre d'affaires par mois, en fonction du degré des diverses restrictions imposées par l'État. Une reprise aussi rapide que possible du marché de Food Service était donc une question de survie pour le groupe Hügli!

Qui aurait pensé, il y a tout juste un an, à quel point cette reprise serait rapide et violente? Le besoin de rattrapage de la population a été tout simplement écrasant après la levée des restrictions en février et en mars 2022!

Comme nous n'avons pas réduit les effectifs de nos équipes de vente pendant les années de la pandémie, contrairement à de nombreux concurrents, et que nous avons profité de cette période pour revoir nos concepts de marque, nous avons pu démarrer à plein régime dès le premier jour après l'ouverture, et nos clients du secteur de la restauration nous ont remerciés de mars à décembre en affichant un chiffre d'affaires bien supérieur au niveau d'avant la crise sanitaire. L'adage « Dans chaque crise, il y a aussi une chance » s'est une nouvelle fois vérifié : Hügli est sorti gagnant de la crise et a pu étendre massivement ses parts de marché.

« Hügli est sorti vainqueur de la crise. »

Thomas Bodenmann, directeur du secteur d'activité Hügli

Finances/Services

Après deux années marquées par le coronavirus, je m'attendais à une normalisation, et puis ce fut la crise en Ukraine. Les conséquences ont été brutales – et elles le sont encore – pour Bell Food Group. Nous avons dû, d'une part, garantir la disponibilité des marchandises et atténuer les hausses de prix et, d'autre part, répercuter l'augmentation des coûts. L'inflation et les taux d'intérêt se sont brusquement manifestés. Nous avons, néanmoins, réagi promptement aux changements avec des mesures efficaces.

Sur le plan économique, nous avons passé un bon premier semestre compte tenu de la situation. Cependant, les mois qui ont suivi ont été très difficiles, avec des écarts budgétaires importants. Nous avons réussi à redresser la barre vers la fin de l'année. Nous pouvons être fiers d'un résultat total en 2022 très satisfaisant.

Le secteur d'activité Finances/Services a fourni un travail de soutien important et de qualité au cours de l'année écoulée. Il y a eu un besoin accru en analyses, évaluations ad hoc et simulations. Nous avons pu intensifier et approfondir le Business Partnering avec nos clients internes. Je voudrais remercier chaleureusement mes collaboratrices et

collaborateurs pour leur engagement et les bons résultats.

2023 sera marquée par une volatilité au-dessus de la moyenne. Il faudra attendre encore un peu avant que la chaîne d'approvisionnement retrouve sa sérénité. Une année riche en rebondissements nous attend. Je suis confiant, nous relèverons les prochains défis en choisissant les bonnes solutions.

Xavier Buro, directeur du secteur d'activité Finances/Services





Déjà plus de 30 sites engagés

« TopX est un mode de vie »

Il y a un peu plus de deux ans, Bell Food Group s'est embarqué dans la grande aventure TopX. Entre-temps, de plus en plus de sites de toutes les divisions ont rejoint l'aventure. D'autres s'y préparent. Parmi lesquelles pour la première fois les départements administratif et informatique.

Les neurosciences l'ont prouvé : les gens aiment les routines et ont souvent du mal à accepter les changements. Pas étonnant donc que certaines

Des succès rapides ont contribué à une large adhésion à TopX.

personnes impliquées dans le lancement de TopX dans leur entreprise se montrèrent d'abord sceptiques.

Mais de rapides succès et la collaboration profitable entre les groupes ont toujours rapidement transformé les doutes initiaux en une large adhésion.

Plus de 30 sites de production dans l'ensemble du groupe sont depuis impliqués, parmi lesquels les sites de Sylvain & Co à Es-

sert-sous-Champvent, de Hügli à Redditch ou de Bell Pologne à Niepolomice.

Bell Allemagne à Seevetal compte également parmi les premiers services administratifs dans les starting-blocks. Tout le département informatique de Bell Food Group participera aussi à l'aventure TopX. • *mr*

Site : Huegli Redditch Royaume-Uni

Lancement : juin 2021

« Nous avons appris que TopX était effectivement un mode de vie, et pas seulement une suite de projets d'amélioration. Nous devons investir le temps nécessaire pour que l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs s'implique dans ce processus. La qualité du résultat en sera à long terme bien meilleure que si nous nous contentons d'imposer des solutions par la direction. C'est ainsi que plusieurs projets mis en place ont d'ores et déjà contribué à faire avancer chez nous le changement de culture.



Chris Hurt, Managing Director chez Huegli UK

Un exemple concret est notre ligne de boîtes, où nous avons pu réduire les coûts d'environ 2 000 euros par mois grâce à un meilleur contrôle du poids. Cela prouve aussi l'énorme potentiel d'économie qu'il est possible de réaliser. Bell Food Group fait preuve d'une remarquable coopération au sein du programme, et nous avons vraiment beaucoup apprécié le fait de pouvoir rencontrer les gens en personne à l'occasion du sommet TopX en octobre 2022. »

Site : Bell Pologne Niepolomice

Lancement : juillet 2021

« Avant le lancement de TopX, nous étions très sceptiques, surtout parce que les experts externes de ROI-EFESO engagés pour nous n'avaient aucune expérience dans le commerce de la viande. Nous sommes très positifs aujourd'hui. Nous avons développé une communication compréhensible, ce que confirment les résultats obtenus. Pour les projets ciblés, nous nous sommes d'abord limités à l'examen de nos



Eugeniusz Philip, Gérant de Bell Pologne

lignes de découpe, où nous avons identifié de très gros potentiels. Ainsi, nous avons pu réduire par exemple les pertes sur les systèmes de découpe grâce aux échanges avec nos collègues en France. Nous avons aussi instauré un système qui permet au personnel de détecter et d'éliminer rapidement les erreurs et d'améliorer la communication entre la production et le service technique. »

Site : Sylvain @ CO Essert-sous-Champvent, Suisse

Lancement : avril 2022

« Avant le lancement de TopX, nous avions le sentiment d'avoir devant nous un long chemin inconnu, avec de nouvelles personnes et un nouveau vocabulaire. À cela s'ajoutait le souci du coût administratif, nécessaire à la réalisation d'une telle initiative. Nous avons, entre-temps, franchi avec succès les deux premières étapes et notre perception du programme a radicalement évolué. TopX a totalement ravivé notre dynamique Lean



Boris Halna du Fretay, Directeur de la production et de l'infrastructure chez Eisberg/Sylvain & Co

et a incité tous les participant-e-s à soutenir le progrès. Avec les premiers projets pour augmenter par exemple le rendement dans la coupe des salades ou réduire la consommation d'eau pour la production et le nettoyage, nous avons déjà obtenu des succès tangibles. L'échange d'expérience avec nos collègues d'Eisberg et de Hilcona est précieux et nous souhaitons maintenant étendre cet échange à d'autres membres du groupe. »



Des membres de l'Institut de management technologique ont remis le prix à Mac Spanuth et Alexander Duss (3^e et 4^e à p. de la g.).

Un programme gagnant

Maintenant, TopX reçoit aussi des prix

Pour la réussite de son processus d'amélioration, Bell Food Group a reçu récemment le « Successful Practice Award » de l'université de Saint-Gall.



L'Institut analyse différents aspects des systèmes de production.

L'Institut de management technologique de l'université de Saint-Gall a examiné 112 entreprises dans le cadre de son étude « L'avenir des systèmes de production ». Parmi les trois participants, Bell Food Group a reçu pour TopX le prix « Successful Practice ». Le groupe automobile BMW et le fournisseur de techniques d'automatisation FESTO ont également été récompensés par ce prix.

Dans le cadre de l'étude comparative, l'Institut a analysé différents aspects conceptuels sur l'introduction et la mise en œuvre de systèmes de production. Chez Bell Food Group, les chercheurs ont été conquis d'une part par le processus de navigateur, qui permet de développer des champs d'action concrets à partir d'objectifs donnés par les

cadres locaux et de la direction du groupe. Ils ont également récompensé le concept d'avoir dans chaque usine des experts TopX, proches de la routine quotidienne.

Les responsables TopX Alexander Duss et Marc Spanuth ont reçu le prix lors de la conférence de clôture, qui s'est tenue en décembre à Saint-Gall. Ce fut pour eux aussi l'occasion de présenter aux participant-e-s le programme de Bell Food Group lors d'un stimulant exposé. • *mr*

Bureau d'alerte (Whistleblowing)

PASSER À L'ACTION AVANT DE SUBIR UN PRÉJUDICE

Le bureau d'alerte (Whistleblowing) de Bell Food Group est un outil important qui permet de signaler les abus. Le terme « Whistleblowing » (dénonciation en français) a pourtant encore une connotation négative, à tort. Michael Gloor, directeur de la révision interne et de la conformité démonte les préjugés et explique comment se déroule la procédure d'alerte. • *sh*

Ce comportement est contraire au règlement.

Il y a quelques jours, Corina M.* a vu sa supérieure répondre à une tentative de corruption. Depuis, elle réfléchit à ce qu'elle doit faire. Elle sait que ce comportement est contraire au règlement et au droit en vigueur. Elle craint cependant que sa supérieure ne se « venge » sur elle si elle dénonce le cas. Après avoir réfléchi longuement, Corina M.* finit par s'adresser au service de conformité malgré ses réticences. Un exemple classique d'alerte.

Assumer une responsabilité

« Les whistleblowers, ou lanceurs d'alerte, sont des personnes qui attirent l'attention sur des abus et des comportements délictueux au sein de l'entreprise », explique Michael Gloor. En tant que directeur de la révision interne et de la conformité, il a entre autres pour responsabilité de veiller à ce que les membres de Bell Food Group respectent les exigences légales,

les réglementations en vigueur et les normes internes. Lancer une alerte joue un rôle important dans ce cas. « En tant qu'entreprise, nous ne pouvons corriger les comportements délictueux que si des personnes les identifient comme tels et signalent les comportements contraires à l'éthique. » Le sujet s'entoure cependant d'une connotation négative, à tort, reconnaît Michael Gloor : « les cas extrêmes comme celui d'Edgar Snowden nous ont appris que les lanceurs d'alerte pouvaient avoir une vie risquée. Chez Bell Food Group, ce n'est pas le cas. Grâce à la directive sur les lanceurs d'alerte. »

Une politique d'alerte efficace

La directive sur les lanceurs d'alerte régit la manière dont les violations et les comportements délictueux



« Whistleblowing »
vient de :

blow (anglais)
souffler (français)

whistle (anglais)
dans un sifflet (français)

DONNER L'ALERTE

Michael Gloor explique comment se déroule précisément une alerte.



« Peu importe la façon dont vous contactez le bureau d'alerte : **toutes les déclarations sont traitées de manière confidentielle**, et seules sont impliquées les personnes absolument nécessaires au traitement du cas. Afin de pouvoir traiter rapidement les alertes, il est impératif pour nous de connaître l'identité du lanceur ou de la lanceuse d'alerte pour lui poser par exemple des questions. »

A

Responsable RH Responsable de direction

- Plaintes personnelles, se rapportant au travail (conflits entre des personnes, différences d'opinions, etc.)
- Conditions de travail (salaire, temps de travail, prestations sociales ou mesures disciplinaires, etc.)

B

Bureau d'alerte (Whistleblowing)

- Escroquerie, vol, détournement
- Corruption
- Infractions au droit des cartels
- Violation de la politique de protection des données ou des directives de sécurité informatique
- Violations/défauts en matière de sécurité des produits
- Violations des lois environnementales ou d'autres exigences environnementales
- Conflits d'intérêts
- Harcèlement sexuel, discrimination, atteintes à l'intégrité personnelle

C

Canaux

Formulaire en ligne :
www.bellfoodgroup.com/whistle-blow

Email :
info-compliance@bellfoodgroup.com

Téléphone :
directeur de la révision interne et de la conformité, numéro de téléphone actuel, voir code QR :



sont signalés et font l'objet d'une enquête. Elle garantit d'autre part la plus grande protection possible pour tous, les lanceurs d'alerte comme les personnes concernées.

Protection la plus grande possible pour toutes les personnes concernées.

Le centre de convergence de la directive est le nouveau bureau d'alerte. Sur le site www.bellfoodgroup.com/whistle-blow, les collaborateurs, partenaires commerciaux, voire même des tiers, peuvent attirer anonymement l'attention sur des abus et des comportements délictueux. Surtout lorsque les lanceurs d'alerte ne souhaitent pas s'adresser à leur direction ou au service RH par crainte d'un manque d'impartialité. Pour les plaintes personnelles liées au travail, les responsables de direction ou le service RH restent les premiers interlocuteurs.

* Personne et situation fictives.



Vous trouverez de plus amples informations directement dans la directive sur les lanceurs/lanceuses d'alerte ou sur le site du bureau d'alerte :



www.bellfoodgroup.com/whistle-blow



Vérification des faits par Michael Gloor

LES PRÉJUGÉS SUR LE WHISTLEBLOWING

Lancer une alerte nuit à la réputation de l'entreprise.

« Ce n'est vrai que si le lanceur/la lanceuse d'alerte s'adresse directement en public. Cette procédure serait toutefois le signe que l'organisation en question n'offre pas de moyens, ou pas de moyens sûrs, pour faire de tels signalements. Ce n'est pas le cas de Bell Food Group. »

Les lanceurs/lanceuses d'alerte risquent leur poste.

« Notre directive garantit la plus grande protection possible pour les lanceurs/lanceuses d'alerte, les personnes concernées et les personnes qui participent à l'enquête. Bell Food Group ne tolère, par définition, aucune discrimination à l'égard des lanceurs d'alerte et s'engage à protéger les personnes dans toute la mesure du possible. »

Les bureaux d'alerte sont utilisés abusivement pour dénigrer anonymement d'autres personnes.

« Les statistiques montrent qu'environ 3 à 10 % des alertes reçues peuvent être considérées comme abusives. Porter délibérément de fausses accusations constitue un abus du service d'alerte. Chez Bell Food Group, nous ne tolérerons aucune utilisation abusive de la procédure d'alerte. »

Les systèmes d'alertes créent une culture d'entreprise négative.

« Bien au contraire ! Une entreprise qui encourage activement ses collaborateurs à faire part de leurs préoccupations et qui les soutient dans cette démarche gagne en confiance. Bell Food Group envoie ainsi un signal fort montrant que nous prenons les questions éthiques au sérieux et que nous agissons contre les irrégularités. »



Comment Bell Food Group se préserve de la pénurie de main-d'œuvre

LES POSTES VACANTS SONT POURVUS

Un boucher-charcutier part à la retraite, une comptable change de travail, un apprenti en informatique termine ses études. Pour Bell Food Group, il s'agit de trouver le plus rapidement possible des remplaçant-e-s en interne ou en externe. Pour cela, le groupe a adapté ses stratégies à la situation actuelle du marché du travail, en ces temps de pénurie de main-d'œuvre.

Il y a encore quelques années, pour une offre d'emploi, l'entreprise recevait un flot de candidatures. Les temps ont changé. Le « marché d'employeurs » qui a longtemps prévalu se transforme de plus en plus en « marché d'employés ». Cela signifie qu'aujourd'hui, les employé-e-s choisissent l'entreprise tout comme, à l'inverse, l'entreprise décide de ses futur-e-s collaborateurs et collaboratrices.

Cette situation s'explique par des goulots d'étranglement sur le marché du travail. Depuis longtemps, ce ne sont plus seulement les spécialistes qui font défaut. La pénurie de personnel se fait ressentir à tous les niveaux de l'entreprise.

Elle s'explique d'une part par le fait que la génération du baby-boom arrive maintenant à l'âge de

Entretien avec Johannes Meister

Monsieur Meister, Bell reprendra le 1^{er} août prochain la boucherie Stübi de Matzendorf sous la forme d'une entreprise de formation. Comment cette idée est-elle née ? Nous collaborons depuis quelques années avec la boucherie Stübi pour former des apprenti-e-s, car en tant qu'entreprise de viande fraîche, nous ne pouvons pas proposer tous les travaux nécessaires à la formation sur le site d'Oensingen. Cette collaboration nous a permis à l'époque de créer les conditions nécessaires pour former des bouchers-charcutiers à Oensingen. Comme les anciens propriétaires sont partis à la retraite, nous avons saisi l'opportunité de continuer la boucherie à partir du 1^{er} août 2023 sous la forme d'une entreprise de formation.

Qu'attendez-vous de ce projet ? L'idée est de montrer aux jeunes sur place quels produits formidables les professionnels de la viande peuvent fabriquer. Mais les apprenti-e-s doivent aussi pouvoir se rendre compte que les produits qu'ils préparent sont achetés dans le magasin et qu'ils procurent aux clients de la satisfaction. Nous prévoyons également d'organiser des actions telles que des journées d'initiation pour les élèves de l'école d'arrondissement située à proximité. Nous espérons ainsi susciter l'enthousiasme de la relève dont nous avons tant besoin. En outre, nous donnons aux apprenti-e-s la possibilité de découvrir ce qu'est le travail dans une boucherie de village et dans une grande entreprise. Cela permet de lever certains freins à la poursuite du métier après la formation.

Cette reprise vous permet-elle de proposer des places de formation supplémentaires à Oensingen ? Nous employons actuellement à Oensingen huit apprenti-e-s en boucherie-charcuterie. Grâce à la reprise, nous proposons quelques places en plus à partir d'août 2023. Il est prévu qu'à tour de rôle, deux apprenti-e-s se rendent à Matzendorf et que des apprenti-e-s d'Oensingen s'y rendent régulièrement, par exemple une fois par semaine, pour la fabrication de saucisses.

Prévoyez-vous ce genre de modèles de formation sur d'autres sites ? Si ce projet pilote réussit, nous pouvons envisager de l'étendre à d'autres sites. Il est également prévu d'utiliser l'entreprise comme atelier d'entraînement pour les futurs professionnels et maîtres artisans, ceux venant de Bâle par exemple.

« Nous souhaitons poursuivre la boucherie Stübi sous la forme d'une entreprise de formation. »



Johannes Meister, responsable RH Bell Suisse gère le projet « Reprise de la boucherie Stübi ».

Inter-
roge-
nous

Qu'est-ce que la stratégie RH 2026+ et pourquoi en avons-nous besoin ?



Notre monde du travail change et nous changeons avec lui.

Obtiens des réponses aux questions que tu te poses et à bien d'autres encore : bellfoodgroup.com/hr

Members of Bell Food Group



Interroge-nous
est une initiative de la stratégie RH 2026+

la retraite. Des changements se sont aussi opérés dans l'attitude des salarié-e-s vis-à-vis du travail. Un meilleur équilibre entre vie privée et vie professionnelle et des modèles de travail plus flexibles sont des aspects de plus en plus importants pour beaucoup.

Un meilleur équilibre entre vie privée et vie professionnelle et des modèles de travail plus flexibles.

Dans ce contexte, la pandémie a fait l'effet d'un accélérateur: les restrictions ont montré à de nombreuses personnes qu'elles pouvaient s'en sortir avec

moins d'argent. Les conséquences: elles partent plus tôt à la retraite, réduisent leur temps de travail hebdomadaire ou n'effectuent plus qu'un seul travail à temps partiel au lieu de deux.

Bien que Bell Food Group soit une grande entreprise internationale qui jouit d'une bonne réputation en tant qu'employeur, elle ressent aussi les effets de la pénurie. « Nous sommes, certes, toujours en mesure de pourvoir nos postes vacants », rapporte Endrik Dallmann, Responsable des RH de Bell Food Group. « Mais

Forger de nouvelles idées dans le workshop sur le management

Le workshop sur le management vient en complément de la gestion des talents de Bell Food Group. Il se compose actuellement d'une équipe de neuf personnes, qui se réunit régulièrement depuis mai dernier pour échanger sur des thèmes transversaux et intergroupes. Les membres suivent également ensemble des formations continues et reçoivent des « insights », au cours desquels des managers de Bell Food Group donnent un aperçu de leur quotidien.

Un plan d'évolution personnalisé fait aussi partie du programme pour tous les membres. Le workshop sur le management a aussi pour mission de développer une stratégie dans le cadre du « projet Diversity » sur la façon dont Bell Food Group peut augmenter la proportion de femmes aux postes de direction. C'est une mesure de la stratégie RH 2026+ pour faire de Bell Food Group l'employeur le plus attractif du secteur.

Trois questions à ...
Anabelle Klusmann

Madame Klusmann, quel objectif souhaitez-vous atteindre avec la stratégie visant à augmenter le nombre de femmes aux postes de direction, et où en êtes-vous? Nous souhaitons que les jeunes talents en poste soient encouragés le mieux possible pour les fidéliser à long terme. Afin d'exploiter pleinement le potentiel de notre diversité, indépendamment du lieu, du domaine d'activité, du sexe et de l'origine, nous devons créer des conditions-cadres appropriées. L'analyse de la « Proportion de femmes aux postes de direction » révèle clairement un potentiel existant. La proportion est de 28 % pour les cadres moyens et de 13 % pour les cadres supérieurs. Le pourcentage de ces derniers doit passer à 20 % d'ici à 2026. La stratégie est dans la dernière ligne droite et sera présentée à la direction du groupe au cours des prochains mois. Après son adoption, des mesures concrètes seront prises sur la base de cette stratégie.



Anabelle Klusmann Head of ALM du département informatique de Bell Food Group, est membre du workshop sur le management.

Quelles sont ces mesures? Nous avons identifié trois champs d'action prioritaires: la conciliation de la vie familiale

« Davantage de femmes doivent assumer des fonctions de direction. »

et professionnelle, la culture managériale et la gestion des talents. Dans certains domaines, nous sommes bien placés, par exemple dans le domaine des possibilités de formation. Dans d'autres domaines s'imposent un développement.

Concrètement, la flexibilité du temps et de l'espace de travail est un aspect important pour rendre les rôles de direction attractifs pour les femmes. Mais cela s'applique aux deux sexes ! Car en permettant aux hommes aussi de travailler de manière plus flexible, nous aidons les familles à se répartir les tâches de manière égale.

Selon vous, que doit-on faire pour faire avancer les choses? À court terme, nous sommes en train de planifier un événement destiné aux femmes afin d'offrir une grande visibilité. À long terme, nous devons devenir un employeur plus attractif, de sorte que nous puissions promouvoir les talents existants et en attirer de nouveaux. Nous avons également besoin de cadres de direction forts qui montrent l'exemple et font avancer les choses.

cela prend souvent plus de temps qu'avant, et avec un travail beaucoup plus important.»

L'équipe doit faire face à des charges supplémentaires en raison de cette surcharge de travail. Pour y remédier, Bell Food Group organise de nombreuses activités, tant pour recruter que pour fidéliser le personnel.

L'employeur le plus attractif du secteur.

Les bases de cette démarche sont définies dans la nouvelle stratégie RH 2026+ qui a pour objectif de faire de Bell Food Group l'employeur le plus attractif du secteur dans chaque région. Le département

Accompagner les changements le mieux possible

Une équipe transversale entre en action, un département est réorganisé ou un secteur déménagé dans un autre bâtiment, comme dans toute entreprise, des changements sont toujours à prévoir au sein de Bell Food Group. Tout le monde ne voit pas ces changements de manière sereine. Depuis peu, sur certains sites, les cadres supérieurs peuvent faire appel à des « Change Agents » dans ces situations.

« Nous, les Change Agents, nous savons ce qu'il faut faire en cas de changements. »

Il s'agit de partenaires commerciaux issus de différents départements RH, qui ont suivi l'année dernière une formation intensive sur les processus de changement.

« Nous avons élaboré le programme en collaboration avec des formateurs expérimentés du centre de formation Coop de Muttenz afin qu'il soit parfaitement adapté aux besoins de notre groupe », explique Nicole Böger, Change Agent et coordinatrice RH chez Hügli. « Même après la fin de la formation, nos analyses de cas collégiales restent des éléments importants qui nous permettent de nous aider mutuellement à trouver la meilleure solution en cas de doute. »

Les Change Agents savent donc ce qu'il faut faire lorsque des changements sont prévus et contribuent à ce que le personnel se sente pris au sérieux avec ses questions et ses craintes éventuelles. Le moment et la manière de les faire intervenir dépendent toujours de la situation individuelle. Pour l'instant, il s'agit de faire connaître cette nouvelle offre au sein du groupe à l'aide du matériel d'information correspondant.

De gauche à droite: Ingrid Arroy, Jürg Stucki, Theresa Seel, Julia Peyer, Lydia Hense, Samuel Koch et Nicole Böger



des RH soutient cet objectif en ciblant encore mieux ses processus par rapport à la situation actuelle du marché du travail.

En matière de recrutement, cela signifie s'adapter de manière plus individuelle aux candidat-e-s et les rencontrer sur un pied d'égalité. De la même façon que les candidat-e-s doivent convaincre le recruteur, Bell Food Group doit aussi bien expliquer aux candidat-e-s les avantages que l'entreprise représente. Il est par exemple possible, le cas échéant, d'adapter la répartition des tâches au sein de l'équipe si quelqu'un se présente avec un profil intéressant, mais qui ne correspond pas complètement. Ou bien de combler rapidement le manque de compétences par des formations continues.

Les personnes en poste doivent en outre être accompagnées et soutenues le mieux possible tout au long de leur carrière. Que ce soit par le biais de formations continues, de possibilités de changement interne, de réduction du temps de travail ou d'autres offres adaptées à la situation actuelle de chacun.

Les apprenti-e-s d'aujourd'hui sont les spécialistes de demain.

La formation est également un thème important, les apprenti-e-s d'aujourd'hui sont en effet les spécialistes de demain. Bell Food Group offre d'ores et déjà un emploi à tous ses diplômé-e-s, dont environ trois quarts restent ainsi chaque année dans l'entreprise. Pour que ce chiffre continue d'augmenter, on prépare déjà l'élargissement des profils professionnels ainsi que l'accroissement du nombre total de places de formation. • mr

Panorama des outils disponibles chez Bell Food Group : communication et collaboration par voie numérique



my Bell Food Group



Outlook



Microsoft Teams



SharePoint



Yammer (Communities)

De nouveaux outils pour communiquer et travailler ensemble

Booster numérique

Paré pour l'avenir : grâce à la plate-forme collaborative Microsoft Teams et l'appli *my Bell Food Group* dédiée aux collaborateurs, Bell Food Group met à disposition de nouveaux outils pour communiquer et travailler ensemble encore plus efficacement dans l'ensemble du groupe. • sh

La digitalisation change durablement l'économie, la société et nos styles de vie et influence très concrètement la manière avec laquelle nous travaillons aujourd'hui et celle avec laquelle nous travaillerons demain. Chez Bell Food Group aussi, la façon de travailler a changé ces dernières années et elle continuera de changer à l'avenir. La digitalisation est partie pour durer.

« Let's simplify teamwork » avec Microsoft Teams

En octobre 2022, Bell Food Group a donné un coup de pouce numérique à la collaboration à l'échelle du groupe : un premier pas réussi en direction du Modern Workplace a été franchi avec l'introduction de Microsoft Teams. L'objectif est de mettre à la disposition de tous les collaborateurs et collaboratrices disposant d'un poste de travail informatique un espace de travail numérique mobile, intégré et sécurisé dans l'univers Microsoft 365. Toujours dans l'optique « Let's simplify teamwork ». Microsoft Teams a entre-temps été déployé sur presque tous les sites de Bell Food Group.

La communication numérique avec *my Bell Food Group*

En 2023, c'est au tour de la communication dans tout le groupe de bénéficier d'un coup de pouce numérique. Avec l'introduction de l'appli *my Bell Food Group* (anciennement Beekeeper), tous les membres du personnel sont doréna-

vant regroupés sur une plate-forme de communication numérique commune, qu'ils disposent d'un poste de travail informatique ou non. Quels que soient le site, le domaine d'activité, l'entreprise ou la langue. Il s'agit là d'une avancée importante pour la grande majorité des employé-e-s de Bell Food Group. À l'avenir, tous auront les mêmes possibilités de consulter des informations de l'entreprise, de partager des connaissances et de profiter des avantages d'une communication par voie numérique.

Beaucoup d'outils, beaucoup (trop) de possibilités ?

L'introduction de nouveaux outils signifie plus d'opportunités et de possibilités. Dans un premier temps, de tels changements peuvent toutefois faire perdre un peu la vue d'ensemble. Il faut adapter sa façon de travailler, apprendre à utiliser les nouveaux outils, tout en s'acquittant de ces tâches habituelles. Parfois, on ne sait pas très bien à quoi sert un outil. Et parfois pendant une certaine phase, il y a même deux outils qui servent à faire la même chose. Ces phases sont tout à fait normales au cours d'un changement.

Les pages suivantes livrent un panorama des outils disponibles ainsi que des informations détaillées sur l'introduction de Microsoft Teams et de l'appli dédiée aux collaborateurs, *my Bell Food Group*.

Cet aperçu concerne exclusivement la communication et la collaboration par voie numérique. Les appels téléphoniques, les entretiens et réunions en présentiel et, de manière générale, les échanges personnels restent des éléments centraux de la culture de Bell Food Group. Les applications professionnelles comme SAP ou myHR ne sont pas non plus concernées.



Non-Desk-Worker

Collaborateurs sans accès personnel à un ordinateur



Desk-Worker

Collaborateurs avec accès personnel à un ordinateur

Les **Non-Desk-Worker** accèdent à l'univers Bell-Food-Group via .

Accès centralisé

Les **Desk-Worker** accèdent à leur Modern Workplace via .

Les **Non-Desk-Worker** utilisent pour accéder aux actualités et informations importantes de leur site, de leur division ou de leur secteur d'activité ou de Bell Food Group.

Accès numérique aux informations de l'entreprise

Les messages d'actualité de sont intégrés dans une plate-forme d'information* basée sur et mis à la disposition des **Desk-Worker** via . Les **Desk-Worker** peuvent aussi accéder directement à .

Les **Non-Desk-Worker** utilisent pour chatter et accéder à des documents.

Travail en équipe par voie numérique

Les **Desk-Worker** utilisent pour travailler en équipe (chat, appels audio/vidéo, partage d'écran, travail sur des documents en commun). leur permet de chatter avec des **Non-Desk-Worker**. Ils utilisent pour les échanges ayant un caractère contractuel et pour les réservations.

Les **Non-Desk-Worker** peuvent trouver grâce au moteur de recherche de les interlocuteurs ou interlocutrices dont ils ont besoin dans l'entreprise.

Connexion avec d'autres collaborateurs

Les **Desk-Worker** peuvent trouver grâce au moteur de recherche de et les interlocuteurs ou interlocutrices dont ils ont besoin dans l'entreprise.

Les **Non-Desk-Worker** peuvent créer avec des groupes de chat et échanger avec des pairs.

Échange de connaissances par voie numérique avec d'autres collaborateurs et collaboratrices

Les **Desk-Worker** peuvent créer avec des communautés spécifiques à un certain savoir ou savoir-faire et échanger avec des pairs.

Travail en équipe par voie numérique avec des externes

Les **Desk-Worker** utilisent pour contacter des personnes externes ou pour contacter certaines personnes externes qui utilisent également Microsoft Teams.

* La plate-forme informative doit remplacer les Intranets existant chez Bell Food Group et mettre un Intranet à la disposition des entreprises qui n'en disposaient pas jusqu'à présent. Une plate-forme pilote est actuellement en développement pour Bell Suisse et Hilcona. Des informations détaillées vous parviendront bientôt sur ce projet.



my Bell Food Group

Tout le monde peut publier un post

Avec my Bell Food Group, Bell Food Group dispose pour la première fois d'une appli à laquelle tous les collaborateurs du groupe peuvent accéder, qu'ils aient un poste de travail informatique ou non. Tous les collaborateurs bénéficient ainsi d'une voie de communication directe et rapide, mais aussi d'une possibilité de se connecter en réseau.

L'année dernière, les premières expériences ont été recueillies dans le cadre d'un projet pilote et, sur cette base, des conditions-cadres pour

l'utilisation de l'appli ont été élaborées. Le déploiement dans l'ensemble de Bell Food Group est maintenant à l'ordre du jour.

Le déploiement est organisé de manière centralisée au niveau des secteurs d'activité et des divisions par des équipes spécialement composées. Des équipes locales se chargeront ensuite de réaliser le déploiement sur les sites. Les déploiements dans les secteurs d'activité et divisions commenceront dans le courant de l'année 2023.

Aperçu des avantages de my Bell Food Group :

- Les collaborateurs peuvent accéder aux informations dont ils ont besoin : de Bell Food Group, du secteur d'activité ou de la division et de leur site.
- Tous les collaborateurs peuvent publier des posts et contribuer aux contenus disponibles sur la plate-forme.
- Grâce à une fonction de traduction intégrée, tous les textes dans l'appli sont traduits dans la langue de l'utilisateur, ce qui permet également de rédiger et de publier des textes dans sa propre langue.
- Une fonction chat permet d'échanger virtuellement avec d'autres personnes ou groupes.
- L'appli s'appuie sur l'application Beekeeper et rappelle visuellement des plates-formes de réseaux sociaux bien connues. Elle est par conséquent simple et intuitive.



Lorenz Wyss, Président de la direction générale du groupe

Des outils modernes pour façonner l'avenir

« Notre objectif est de devenir par notre enthousiasme, notre compétence et notre sens de la responsabilité l'une des meilleures entreprises du secteur alimentaire en Europe. C'est pourquoi nous ne reculons devant aucun nouveau défi et nous nous engageons pour que notre entreprise s'améliore jour après jour.

L'essentiel est que nous collaborions et communiquions de manière efficace et effective, et ce à travers tout Bell Food Group.

Des plates-formes et des applications modernes comme Microsoft 365 et my Bell Food Group nous permettent d'améliorer les choses et de trouver des solutions face aux défis, présents et à venir. De cette façon, nous pourrions consacrer toute notre énergie à rester maître de notre avenir.

Profitons de cette chance et réjouissons-nous de ces nouvelles opportunités. »



Microsoft 365

Let's simplify teamwork

L'introduction de Microsoft 365 change la manière de travailler sur un ordinateur chez Bell Food Group. La plate-forme rend accessible de nouvelles formes de collaboration et de communication ainsi que de nouveaux outils et fonctions. La collaboration gagne notamment en importance.

La plate-forme Microsoft Teams lancée en octobre 2022 offre en particulier de nombreux avantages pour les Desk-Worker :

- Environnement de travail moderne et intégré
- Communication plus rapide et plus simple
- Travail en équipe en temps réel et gestion commune des documents
- Consultation plus rapide et plus simple d'informations utiles
- Partage centralisé de connaissances, à la disposition de tous
- Accessibilité quel que soit le site

Des offres d'assistance permettent aux Desk-Worker de se familiariser avec la nouvelle plate-forme. Les collaborateurs qui ont déjà accès à Microsoft Teams peuvent accéder aux différentes pages grâce à des QR-codes.



Premiers pas dans le Modern Workplace (guide)

Vous trouverez ici des conseils et astuces pour faciliter vos débuts dans le Modern Workplace.



Modern Workplace Community

Cette communauté met régulièrement à disposition des nouveautés sur le Modern Workplace, informe sur les dates importantes à venir et fournit, avec l'« astuce de la semaine », des conseils pratiques pour travailler dans le Modern Workplace, que l'on peut immédiatement mettre en pratique.



Modern Workplace Portal

Le portail regroupe toutes les informations sur le Modern Workplace. Il inclut des explications ou une FAQ sur les différentes applications (communautés ou agenda par ex.). Il explique également comment travailler dans Microsoft 365, pour notamment la gestion des tâches ou la communication et les réunions.



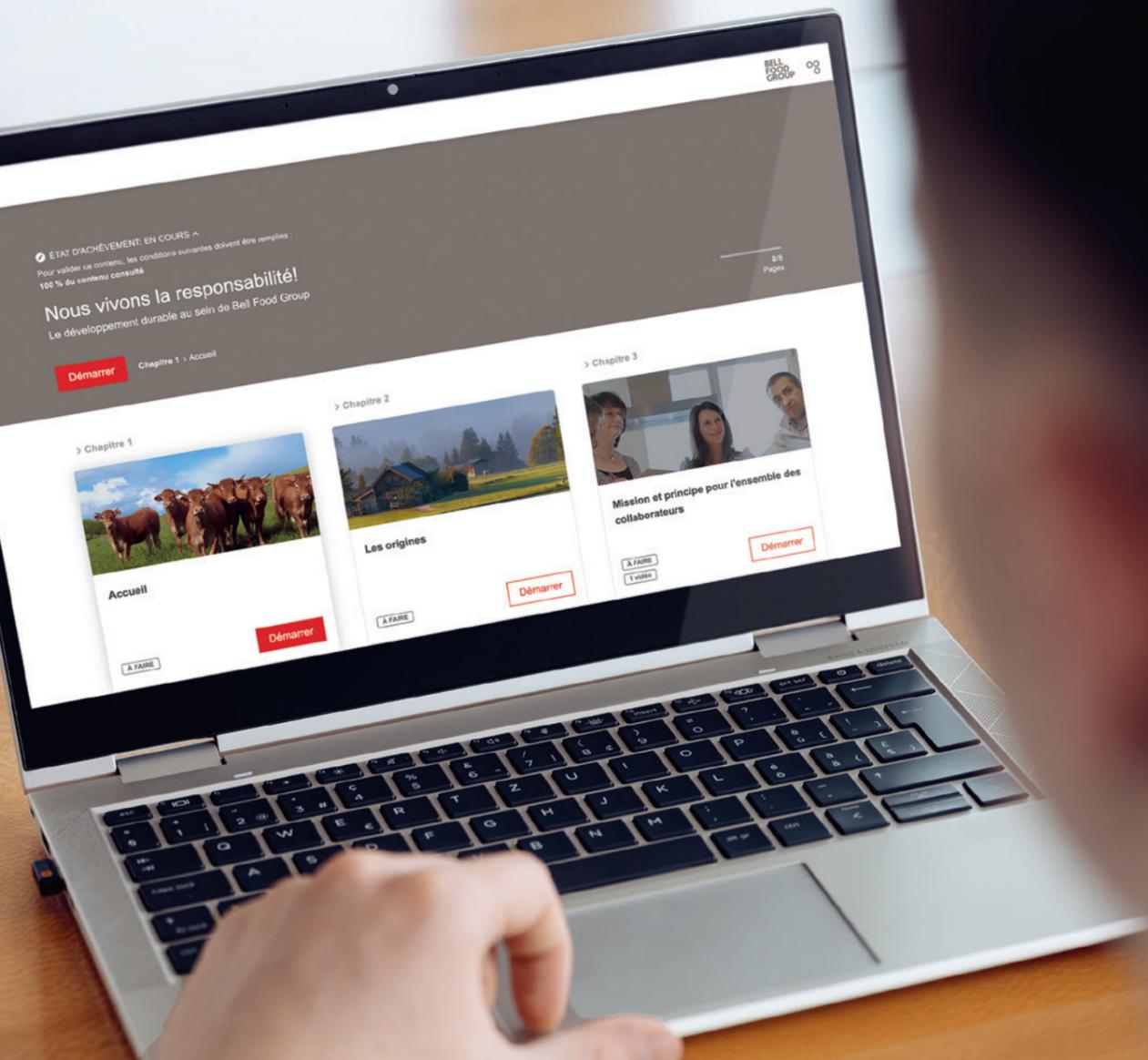
FAQ Community

Les questions sans réponses sur le Modern Workplace Portal peuvent être posées ici.



Champions

Si quelqu'un a besoin d'une aide concrète, les champions sont là pour le guider ! Ils répondent à toutes les questions, que ce soit sur l'utilisation des nouveaux outils, sur la manière de s'organiser avec les nouvelles applications ou sur la façon de concevoir un cas d'utilisation particulier avec les nouveaux outils.



Bell Food Group déploie une formation en ligne sur les principes de la durabilité

Bien formé·e en matière de durabilité

Ces jours-ci, de nombreux collaborateurs et collaboratrices de Bell Food Group sont invité·e·s à suivre la nouvelle formation en ligne sur la durabilité. Cette formation, déployée progressivement depuis la mi-février 2023, doit permettre d'ici 2026 à au moins la moitié de l'ensemble du personnel d'acquérir des connaissances de base sur le thème de la durabilité.

Agir de manière durable est une partie importante de la philosophie de l'entreprise.

Économiser l'eau et l'énergie, respecter les critères de bien-être animal, réduire les déchets ou s'engager pour un traitement équitable des personnes à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise – Bell Food Group fait face à ses responsabilités à l'échelle du groupe à l'égard des hommes, des animaux et de l'environnement. Penser et agir durable fait, en effet, partie intégrante de sa philosophie d'entreprise.

Mais que signifie réellement la « durabilité », comment la rendre plus présente au sein d'un grand groupe d'entreprises et quels objectifs Bell Food Group s'est-il fixé à cet effet? C'est à toutes ces questions et à bien d'autres encore que répond la nouvelle formation en ligne développée par le centre de compétence pour le développement durable à l'intention du personnel.

De nombreux collaboratrices et collaborateurs reçoivent actuellement, via la plateforme de formation Litmos, une invitation à suivre cette formation en trois étapes.

La première partie intitulée « Qu'est-ce que la durabilité? » vous explique ce que ce terme recouvre et vous livre quelques faits intéressants sur le sujet. Le deuxième module « Nous vivons la responsabilité », c'est aussi le nom de la mission d'entreprise sur la durabilité, met en avant l'engagement et les objectifs de Bell Food Group.

Une partie importante s'appuie sur les « Objectifs de développement durable » des Nations Unies. Le cours explique les 17 objectifs définis par l'association supranationale pour un développement durable mondial, ainsi que les 13 objectifs auxquels Bell Food Group peut contribuer par son action.

La troisième partie est le test final qui permet aux participant·e·s de vérifier les connaissances fraîchement acquises. L'ensemble de la formation, proposée dans toutes les langues parlées chez Bell Food Group, dure environ une heure. Les personnes qui ont reçu un e-mail d'invitation doivent suivre la formation en ligne dans un délai de 30 jours.

Pour des raisons techniques, le déploiement se fait étape par étape pour toutes les personnes qui ont un PC ou un ordinateur portable à disposition.

Tous les sites de Bell Food Group en Suisse commenceront en février. D'autres sites suivront les uns après les autres. L'objectif est qu'au moins 50 pour cent de tout le personnel aient participé à la formation d'ici à 2026.

Nous travaillons à un concept pour permettre aux personnes qui n'ont pas d'ordinateur (par ex. dans la production) d'avoir accès aux connaissances dispensées par la formation. D'autres modules de formation sont également prévus à l'avenir sur d'autres thèmes importants autour de la durabilité et sur des sujets spécifiques. • *mr*

La formation dure environ une heure.

Nous félicitons nos collègues de longue date et rendons hommage à ceux qui nous ont quittés

Anniversaires de service et départs en retraite d'avril à juin 2023

Bell Suisse

20 années de service

Yajun Guggenbuehler-Li, 7 avril, Bell Suisse, Bâle
Mohamad Al Khaled, 28 avril, Bell Suisse, Zell
Jeyakumar Chandrasekaram, 1^{er} mai, Bell Suisse, Zell
Madalena Da Costa Meirim Fernandes, 1^{er} mai, Bell Suisse, Cheseaux
Nathalie Durand, 1^{er} mai, Bell Suisse, Bâle
Sadbere Jashari, 1^{er} mai, Bell Suisse, Cheseaux
Bete Nrecaj, 5 mai, Bell Suisse, Zell
Satgunasingam Sasikaran, 15 mai, Bell Suisse, Zell
Ana Maria Freitas de Sousa, 19 mai, Bell Suisse, Cheseaux
Savas Demirtas, 16 juin, Bell Suisse, Bâle

25 années de service

Guy-Guy Matandi Matuta, 1^{er} avril, Bell Suisse, Bâle
Lubangi Honoré, Mulemba, 1^{er} avril, Bell Suisse, Bâle
Selvakumar Selvaratnam, 1^{er} avril, Bell Suisse, Bâle
Frederic Rannou, 20 mai, Bell Suisse, Cheseaux
Gnaneswaran Selliah, 20 avril, Bell Suisse, Zell
Maria Antonia Mancuso, 18 mai, Bell Suisse, Cheseaux
Philippe Heyer, 25 mai, Bell Suisse, Oensingen
Andre Anker, 1^{er} juin, Bell Suisse, Oensingen
Saban Kerimi, 1^{er} juin, Bell Suisse, Bâle
Lingathas Thangavelayutham, 2 juin, Bell Suisse, Zell
Maria Fernandes, 15 juin, Bell Suisse, Zell
Frédéric Karth, 29 juin, Bell Suisse, Cheseaux

30 années de service

Hanspeter Schöpfer, 1^{er} avril, Bell Suisse, Oensingen
Veysel Cicek, 1^{er} juin, Bell Suisse, Bâle
Isabel Sofia Azevedo Saraiva Da Silva, 14 juin, Bell Suisse, Zell
Denise Bieli, 16 juin, Bell Suisse, Oensingen

35 années de service

Josef Stadelmann, 1^{er} avril, Bell Suisse, Zell
Daniel Mecker, 18 mai, Bell Suisse, Bâle
Lulzim Shabiji, 6 juin, Bell Suisse, Bâle

40 années de service

Heinz Flückiger, 18 avril, Bell Suisse, Oensingen
Daniel Leutwyler, 1^{er} mai, Bell Suisse, Oensingen
Marco Zierler, 1^{er} mai, Bell Suisse, Gossau

Départs en retraite anticipée

Sriranjan Kandiah, 30 avril, Bell Suisse, Zell
Ransi Mark, 31 mai, Bell Suisse, Zell
Erwin Schwegler, 31 mai, Bell Suisse, Zell
Rolf Anti, 30 juin, Bell Suisse, Bâle
Hanspeter Gutenberger, 30 juin, Bell Suisse, Bâle
Martine Torres-Gabriel, 30 juin, Bell Suisse, Bâle

Nous rendons hommage à celles et ceux qui nous ont quittés

Dragan Simic, 25 décembre, Bell Suisse, Bâle
Philippe Hegy, 18 janvier, Bell Suisse, Bâle

Nous adressons toutes nos condoléances aux familles et aux proches des défunts.

Bell International

20 années de service

Jörg Schulz, 7 avril, Bell Allemagne, Seevetal
Dagmar Wallborn, 9 avril, Bell Allemagne, Harkebrügge
Sylvie Martin, 22 avril, Bell France, Saint-Symphorien
Dieter Bockhorn, 1^{er} mai, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt
Elisabeth Jansen, 2 mai, Bell Allemagne, Harkebrügge
Martina Wedermann, 2 mai, Bell Allemagne, Harkebrügge
Maria Heller, 5 mai, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt
Alexander Matveev, 7 mai, Bell Allemagne, Schiltach
Eva-Maria Elsen, 15 mai, Bell Allemagne, Harkebrügge
Oleg Fedotov, 16 mai, Bell Allemagne, Harkebrügge
Emma Schlippert, 16 mai, Bell Allemagne, Harkebrügge
Sigrid Trotzko, 23 juin, Bell Allemagne, Harkebrügge

25 années de service

Tanja Heselmeyer, 23 mars, Bell Allemagne, Harkebrügge (*addendum*)
Andy Heselmeyer, 1^{er} avril, Bell Allemagne, Harkebrügge
Torsten Kühlers, 1^{er} avril, Bell Allemagne, Harkebrügge
Thomas Wernke, 1^{er} avril, Bell Allemagne, Harkebrügge
Holger Materne, 11 mai, Bell Allemagne, Harkebrügge
Alexander Steinhauer, 18 mai, Bell Allemagne, Edewecht
Mayk Nitzte, 27 mai, Bell Allemagne, Harkebrügge
Jérôme Boucharin, 2 juin, Bell France, Teilhède
Jürgen Strasser, 15 juin, Frisch Express GmbH, Pfaffstätt
Paula Winkler, 15 juin, Hubers Landhendl, Pfaffstätt
Teresa Kabat, 24 juin, Bell Pologne, Niepołomice

30 années de service

Andrea Brandl, 3 mai, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt
Viktor Remche, 5 mai, Bell Allemagne, Harkebrügge
Ferzan Agirman, 10 mai, Bell Allemagne, Harkebrügge

35 années de service

Helmut Eden, 5 avril, Bell Allemagne, Edewecht
Gerhard Köller, 8 avril, Bell Allemagne, Harkebrügge
Sonja Tiedeken, 7 juin, Bell Allemagne, Harkebrügge
Mathias Marks, 22 juin, Bell Allemagne, Harkebrügge

40 années de service

Ewald Brinkmann, 5 avril, Bell Allemagne, Edewecht
Alfred Czombera, 6 juin, Bell Allemagne, Edewecht

Départs en retraite

Bożena Charnicka, 22 décembre, Bell Pologne, Niepołomice (*addendum*)
Jarosław Foltyn, 23 décembre, Bell Pologne, Kostrzyn (*addendum*)
Józef Kapała, 23 janvier, Bell Pologne, Niepołomice (*addendum*)
Serge Clapot, 31 janvier, Bell France, Virieu-le-Grand (*addendum*)
Thierry Booter, 31 mars, Bell France, Teilhède (*addendum*)
Nicolas Wolff, 28 avril, Bell France, Aime

Nous rendons hommage à celles et ceux qui nous ont quittés

Piotr Kmiecik, 14 octobre, Bell Pologne, Kostrzyn

Nous adressons toutes nos condoléances aux familles et aux proches des défunts.

Eisberg

20 années de service

Sandra Pajaropo, Frei-Sarayno, 1^{er} avril, Eisberg Suisse, Feldhof
Mariana Georgiana Mayer, 1^{er} avril, Eisberg Roumanie, Pantelimon
Sandra de Jesus Pereira Goncalves, 1^{er} avril, Eisberg Suisse, Feldhof
Vladimir Trac, 1^{er} avril, Eisberg Suisse, Feldhof
Christoph Andreas Bäbler, 14 avril, Eisberg Suisse, Feldhof
Diana Patricia Da Silva Martinelli, 1^{er} mai, Eisberg Suisse, Feldhof
Kupendrarasa Ratnam, 1^{er} juin, Eisberg Suisse, Feldhof
Olivier Guinchard, 30 juin, Sylvain & CO, Essert-sous-Champvent

25 années de service

Norbert Aquilini, 1^{er} mai, Eisberg Suisse, Logistique
Sureshkumar Sivalingam, 25 mai, Eisberg Suisse, Logistique
Marek Bagiński, 1^{er} juin, Eisberg Pologne, Legnica
Mirivete Miftaraj-Sopi, 17 juin, Eisberg Suisse, Dänikon

30 années de service

Silvana Vella-Tufo, 17 juin, Eisberg Suisse, Feldhof

45 années de service

Alberto Joaquim Guerreiro, 1^{er} juin, Eisberg Suisse, Logistique

Hilcona

20 années de service

Luis Filipe Parente de Oliveira, 1^{er} avril, Hilcona, Schaan
Manuel Polanco, 10 juin, Hilcona Taste Factory, Landquart

25 années de service

Antonio Caamano Caamano, 12 avril, Hilcona, Schaan
Anton Krasniqi, 1^{er} juin, Hilcona, Schaan

30 années de service

Francisco Fernandez Paris, 1^{er} avril, Hilcona, Schaan
Sophie Gaechter, 1^{er} mai, Hilcona, Schaan
Manuel Fernandez Pereira, 1^{er} juin, Hilcona, Schaan

35 années de service

Peter Toedtli, 26 avril, Hilcona, Schaan
Bruno Bickel, 16 mai, Hilcona, Schaan

Départs en retraite anticipée

Kurt Gschliesser, 28 février, Hilcona, Schaan (*addendum*)
Harald Rieffel, 28 février, Hilcona, Schaan (*addendum*)
Christa Ender, 30 avril, Hilcona, Schaan
Orosia Lema Trigo, 30 avril, Hilcona, Schaan
Armin Reich, 30 avril, Hilcona, Salez
Johann Vogt, 30 avril, Hilcona, Schaan
Susanna Albini, 31 mai, Hilcona, Schaan
Norbert Lipp, 31 mai, Hilcona, Schaan
Arnold Wirrer, 31 mai, Hilcona, Schaan

Hügli

20 années de service

Petr Žoha, 1^{er} avril, Hügli République tchèque, Zásmuky
Dagmar Behr, 1^{er} mai, Hügli Allemagne, Radolfzell
David Šmejkal, 7 mai, Hügli République Tchèque, Zásmuky
Pavel Pávek, 12 mai, Hügli République Tchèque, Zásmuky
Elke Schwed, 19 mai, Hügli Allemagne, Radolfzell

25 années de service

Jacqueline Kern, 1^{er} mars, Hügli Suisse, Steinach (*addendum*)
Slavica Cakic, 2 mars, Hügli Suisse, Steinach (*addendum*)
Jaromír Češpiva, 1^{er} avril, Hügli République tchèque, Zásmuky
Annarita Perdicchia, 6 avril, Hügli Italie, Brivio
Cinzia Adami, 4 mai, Hügli Suisse, Steinach

30 années de service

Andre Steinmann, 28 avril, Hügli Suisse, Steinach

35 années de service

Josef Müller, 24 février, Hügli Suisse, Steinach (*addendum*)

Départs en retraite

Josef Müller, 30 avril, Hügli Suisse, Steinach
Beat Bayer, 31 mai, Hügli Suisse, Steinach
Andreas Kühnel, 31 mai, Hügli Allemagne, Radolfzell
Gizela Rekece, 31 mai, Hügli Suisse, Steinach

Nous rendons hommage à celles et ceux qui nous ont quittés

Gabriela Gerhardt, 18 décembre, Hügli Allemagne, Radolfzell

Nous adressons toutes nos condoléances aux familles et aux proches des défunts.

Coup de foudre sur les nouveautés

Du classique, du nouveau et du végétal

Qu'il s'agisse de classiques qui ne se démodent jamais ou de créations originales qui surprennent le palais, les nouveautés de Bell Food Group garantissent ce printemps encore des papillons qui vont danser dans le ventre. • mr



Jambon de Parme dans son emballage portefeuille pratique

Avec sa note légèrement sucrée et sa texture tendre, le jambon de Parme est très apprécié bien au-delà des frontières italiennes. Une bonne raison pour Bell de proposer cette spécialité aux clients et clientes suisses. Elle arrivera ce printemps dans les rayons du commerce de détail dans un pratique emballage portefeuille. Affiné pendant 16 mois au moins et fabriqué selon un cahier des charges traditionnel, l'original italien séché à l'air porte le label « appellation d'origine protégée » garantissant qu'il est produit localement à partir de viande de porcs élevés dans la région et selon un processus bien défini.

Bell Suisse Jambon fin italien

Bell Allemagne Jambon Serrano de qualité bio

À partir du mois de mai, l'assortiment Abraham de Bell Allemagne comprendra désormais du jambon Serrano de qualité Reserva, certifié bio. Ce classique espagnol est séché à l'air à partir des meilleurs ingrédients dans les conditions climatiques particulières de la Sierra ibérique et affiné pendant au moins douze mois. La viande provient de fournisseurs bio espagnols sélectionnés et est transformée dans l'usine de Fuensalida, également certifiée bio. Le nouveau jambon Serrano porte en plus le label européen « spécialité traditionnelle garantie » faisant référence à un produit qui relève d'une recette traditionnelle.





Eisberg Hongrie
Une délicieuse salade pour toi et moi

Les conditionnements qui s'adressent aux petits ménages sont de plus en plus appréciés en Hongrie. Une bonne raison pour Eisberg de lancer deux délicieux mélanges en portions individuelles de 80 grammes. Tandis que « Ma salade » propose de la romaine, de la scarole, des carottes, de la laitue iceberg, de la frisée, de la laitue rouge et des pousses d'épinard, « Ta salade » se compose de laitue iceberg, de frisée, de laitue rouge et de radicchio. Bien sûr, les nouveaux mélanges ne s'adressent pas qu'aux célibataires. Le duo, arrivé dans les supermarchés exactement le jour de la Saint-Valentin, peut très bien être savouré à deux.

Ta salade et ma salade en portions individuelles.



Eisberg Autriche
Trio de salade végétane

Depuis la fin de l'année dernière, Eisberg Autriche est présent chez un grand détaillant national avec trois nouvelles variantes croquantes. La mâche, les pousses de radis et la blette composent un mélange en sachet qui apporte une note légèrement piquante dans les saladiers domestiques. Pour la pause déjeuner, il existe maintenant aussi les bowls « Enjoy Buddha Bowl » avec du tofu au curcuma et « Enjoy Rote Rüben Tabouleh Bowl » avec des boulettes de pois chiches frites. Le parfait mélange de vitamines pour bien commencer le printemps.



Hilcona
Bonnes nouvelles du rayon pâtes

Des produits d'origine pour de savoureuses pâtes végétaliennes.

Les fans de pâtes désireux de renoncer totalement ou partiellement à la viande accueilleront avec plaisir cette délicieuse nouveauté de la gamme Pasta Originale de Hilcona : la gamme « Vegane Mozzarella-Alternative & Pomodoro » convainc, comme son nom l'indique, par sa farce crémeuse composée d'une alternative végétane de mozzarella et de tomates aromatiques. La pâte fine, légèrement farinée de ces pâtes fraîches est à base de protéines de petits pois et de blé. Associée à sa farce extra crémeuse, elle garantit un délicieux moment de cuisine Soulfood « comme celle faite à la maison ».



Hilcona Foodservice
Des pâtes haut de gamme pour le marché français

La ligne exclusive de pâtes « La Pasteria » de Hilcona Foodservice promet une envolée gustative. Dans l'enveloppe de pâte à base de semoule de blé dur et d'œufs frais de poules élevées en plein air se cachent des farces originales comme celles aux morilles et au mascarpone ou aux crevettes et au piment d'Espelette. Disponible d'abord exclusivement en France, la nouvelle gamme offre aux chefs cuisiniers une facilité de travail sans compromis en matière de qualité, de visuel et de durabilité. Ces créations farcies laissent pourtant une grande marge aux recettes personnalisées également.

Hügli
Le condiment classique venu de Suisse

La marque Stein's Best de Hügli détient dans son assortiment une variante particulièrement aromatique avec son nouveau ketchup, produit depuis la fin de l'année dernière sur le site de Saint-Gall en Suisse. Il doit son goût fruité à une large proportion (plus de 65 pour cent) de tomates mûres. Pour un dosage facile dans les food trucks ou directement à table, le nouveau ketchup Stein's Best est disponible en bouteille squeeze facile à manipuler, en bag-in-box pour distributeur et en seau pratique avec pompe. L'assortiment sera bientôt complété par de pratiques portions individuelles en stick-pack.





L'ail qui a fermenté pendant huit semaines devient noir, mou et collant et n'a plus un goût piquant, mais savoureux (« umami » en japonais).

Ail

PARLONS DE L'AIL, CE SUPERALIMENT

L'ail a le pouvoir d'enchanter ou d'horrorifier, les gens du peuple comme la famille royale. Certains apprécient son goût intense, tandis que d'autres le fuient. Comme la reine Élisabeth II qui, toute sa vie, a interdit l'ail dans la maison royale.

Pour le cultivateur amateur, il suffit d'une poignée de gousses d'ail, d'une bêche, d'un peu d'engrais et d'un petit pot pour se lancer dans la culture de l'ail. Ces petites plantes sont finalement considérées comme extrêmement faciles à cultiver. À condition qu'il y ait beaucoup de soleil et suffisamment d'eau, la récolte se fait six à dix mois après la mise en pot. Outre les gousses qui poussent dans le sol, les fleurs sont également comestibles et, fraîchement cueillies, elles sont excellentes dans les omelettes, les salades et les soupes.

Près de 1 500 tonnes d'ail sont transformées chaque année chez Besc.

Pour les experts en épices de l'entreprise Besc située à Werkendam, aux Pays-Bas, l'ail fait partie des ingrédients essentiels pour leurs produits. L'entreprise transforme chaque année près de 1 500 tonnes de ces bulbes au goût intense. Haché, coupé en tranches ou réduit en purée, fermenté en ail noir, grillé ou fumé, le vaste éventail de produits à base d'ail garantit autant d'expériences gustatives intenses que d'esprits partagés.

L'entreprise Besc se procure l'ail dans différentes régions de culture aux Pays-Bas, en Italie, en Espagne et en Chine. Cette dernière est considérée comme le plus grand producteur

d'ail au monde et représente plus de la moitié de la production mondiale d'ail. Cependant, la part des bulbes asiatiques devrait être progressivement réduite chez Besc au cours des prochaines années au profit de bulbes cultivés en Europe, déclare Aart de Geus, responsable des ventes et du marketing chez Besc. « Pour obtenir la meilleure expérience gustative possible, nous souhaitons que nos matières premières soient cultivées le plus près possible de chez nous. »

Des produits frais réfrigérés, des épices chaleureuses – l'entreprise Besc

La petite entreprise, qui a commencé en 1991 par l'élevage d'escargots, est devenue le spécialiste des produits à base d'ail et d'herbes aromatiques. Il n'y a plus d'escargots, mais l'amour du goût authentique est resté. Plus de 80 personnes travaillent en permanence aujourd'hui dans l'entreprise de Werkendam, à une trentaine de kilomètres de Rotterdam. L'offre de produits s'adresse au marché européen de la restauration. Les fournisseurs de matières premières ont un rôle tout aussi important à jouer que les clients des restaurants dans les assiettes desquels les herbes aromatiques finissent par atterrir.



À l'avenir, Bresc aspire à transformer encore plus d'ail européen dans ses produits.

Cette plante à bulbe est originaire d'Asie centrale, où elle était déjà cultivée il y a plus de 5 000 ans et où elle est utilisée depuis comme remède et épice. L'ail est parvenu en Europe grâce aux Romains. On lui prête de nombreuses vertus sur la santé. L'ail est censé favoriser la circulation sanguine, car ses composants sains, l'allicine et l'ajoène, ont un léger effet de dilution du sang et d'abaissement de la tension artérielle. L'allicine s'attaque en outre aux virus, aux bactéries et aux champignons. L'ail est également considéré comme un antibiotique naturel.

Tous les ails n'ont pas le même goût. Il en existe 300 sortes différentes dans le monde. Le sol et les conditions climatiques dans lesquelles les bulbes se développent se ressentent dans le goût. L'ail des Pays-Bas a une teneur en eau relativement élevée et a un goût plutôt doux, similaire à celui de l'oignon, tandis que son homologue espagnol est plus sec et a un goût fort et piquant. « Il y a une grande différence entre les plantes qui poussent dans un sol très salé aux Pays-Bas et celles qui poussent dans un sol aride, rougeâtre, riche en fer en Andalousie », explique Aart de Geus.

Cultiver de l'ail est presque aussi facile que le cuisiner. On le retrouve dans toutes les cuisines du monde. Sa préparation est un jeu d'enfant. Une règle doit cependant être impérativement respectée : ne pas le faire brûler. En effet, si l'ail est trop chaud lorsqu'on le fait revenir et qu'il noircit, son goût peut devenir désagréablement amer. Il a alors tout ce qu'il faut pour faire fuir même les amateurs d'ail les plus endurcis. • ap



L'ail de Beemster pousse dans un sol argileux et se récolte chaque année fin juin au nord d'Amsterdam.

Nice to know

Adieu la mauvaise haleine

Des chercheurs américains ont constaté que le fait de mâcher une pomme crue et de la laitue crue réduisait de 50 % la mauvaise haleine due à l'ail. Il est préférable de se passer les mains sous l'eau froide et de les frotter contre un objet en acier inoxydable pour se débarrasser de l'odeur.



Deux journées officielles dans l'année

Le 19 avril est la journée officielle de l'ail. Le moment idéal pour régaler sa famille avec des spaghettis aglio e olio ou un tzatziki. Le 6 octobre, le Garlic Lovers Day offre une seconde chance à ceux qui ont raté la première.

Alliumphobie

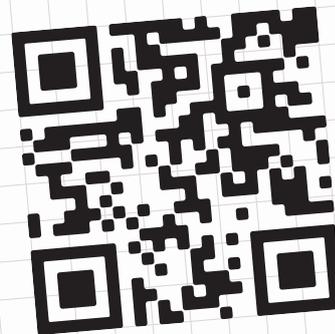
Si vous êtes horrifié à la vue d'un bulbe d'ail, vous souffrez probablement d'une alliumphobie. C'est le nom que l'on donne à la peur pathologique de l'ail et d'autres plantes à bulbe.



L'ail haché grossièrement à partir de gousses d'ail fraîches accompagne entre autres le gruyère, le rosbif et la courge butternut.



Qu'est-ce qui vous a le plus intéressé ?



Envoyez-nous vos commentaires et gagnez un bon d'achat !

LOOK! doit être pour vous synonyme de plaisir. Pour cela, nous avons besoin de savoir ce que vous en pensez. Nous pourrions, de cette façon, améliorer LOOK! et faire en sorte que chaque numéro vous fasse découvrir quelque chose de nouveau. Nous aimerions donc savoir : qu'est-ce qui vous a le plus intéressé dans cette édition de LOOK! ? Était-ce un article particulier ? Une photo a-t-elle attiré tout particulièrement votre attention ? Ou bien était-ce une citation que vous avez gardée en mémoire ? **Envoyez-nous votre avis en remplissant le formulaire accessible via le code QR.**

Pour vous remercier de votre réponse, nous tirerons au sort 10 bons d'achat d'une valeur respective de 70 euros parmi toutes les réponses reçues.

Envoyez vos réponses (code QR) au plus tard le 24 juin 2023 pour participer au tirage au sort.

Les gagnant-e-s seront informé-e-s personnellement. Le tirage au sort ne fera l'objet d'aucune correspondance ni de renseignements téléphoniques. Les participations multiples ne seront pas prises en compte.